

HUBUNGAN ROMANTIS DALAM PERCINTAAN OTAKU



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I
pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh:
BAGUS ARDIYANSYAH**

L100150036

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN ROMANTIS DALAM PERCINTAAN OTAKU

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

BAGUS ARDIYANSYAH

L100150036

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Rina Sari Kusuma, S.Sos., M.I. Kom

NIK.1103

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ROMANTIS DALAM PERCINTAAN OTAKU

OLEH
BAGUS ARDIYANSYAH
L100150036

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 16 September 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Rina Sari Kusuma, S.Sos., M.I.Kom (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Yudha Wirawanda, S.I.Kom., M.A. (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Vinisa N. Aisyah, S.I.Kom, M.I.Kom (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,

Ruzhanna, M.Sc., Ph.D

NIK. 881


PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 1 November 2020

Penulis



BAGUS ARDIYANSYAH
L100150036

HUBUNGAN ROMANTIS DALAM PERCINTAAN OTAKU

Abstrak

Budaya konsumen, sebuah pola konsumsi terhadap budaya populer dalam masyarakat dapat menciptakan subbudaya ditempat tersebut. Otaku sebagian dari subbudaya adalah seorang yang mempunyai ketertarikan terhadap subkultural Jepang terlebih kepada orang-orang yang menyukai *anime*, *manga*, *cosplay*, *action figure*, dan *game*. Interaksi parasosial adalah suatu interaksi yang terjadi antara seorang individu dengan idola mereka atau tokoh karakter lainnya. Hal ini terjadi karena melalui proses dimana mereka melihat dan merasakan apa yang telah karakter tersebut lakukan dalam media, sehingga menimbulkan ketertarikan dan perasaan suka terhadap karakter tersebut. Hal ini dapat dilihat melalui ketiga aspek a. Intense Personal Feeling b. Entertainment Social c. Pathological Behavior. Komunikasi intra personal, komunikasi dengan diri sendiri yang menciptakan pemahaman akan suatu kondisi sebagai informasi pribadi, dengan dialektika membantu memahami bagaimana pemahaman itu terjadi. Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif, dengan populasi mahasiswa di Surakarta dengan kriteria seorang otaku. metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara. Validasi data menggunakan triangulasi sumber, analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah, seorang otaku mempunyai kecenderungan dalam memilih pasangan manusia berdasarkan dengan karakter yang diidolaknya, pengaruh itu bisa berdasarkan sifat atau tampilan fisik yang menurut mereka mirip karakter fiksi idolanya.

Kata kunci : Hubungan romantis, *Otaku*, Komunikasi intrapersonal

Abstract

Consumer culture, a consumption pattern of popular culture in society can create subcultures in that place. An otaku, part of the sub-culture, is someone who has an interest in Japanese subcultures, especially for people who like anime, manga, cosplay, action figures, and games. Parasocial interaction is an interaction that occurs between an individual and their idol or other character. This happens because through a process where they see and feel what these characters have done in the media, which creates interest and feelings of liking for these characters. This can be seen through three aspects a. Intense Personal Feeling b. Entertainment Social c. Pathological Behavior. Intra-personal communication with oneself that creates an understanding of a condition as personal information, with dialectics helps understand how that understanding occurs. This study used a qualitative descriptive method, with a population of students in Surakarta with the criteria of being an otaku. the data collection method used is the interview method. Data validation using source triangulation, data analysis in this study is an interactive model data analysis. The results obtained from this study are, an otaku has a tendency to choose a human partner based on the character he prefers, the influence can be based on physical characteristics or appearance that they think are similar to the fictional character of his idol.

Keywords: Romantic relationship, *Otaku*, Intrapersonal communication

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Budaya konsumen, sebuah pola konsumsi terhadap budaya populer dalam masyarakat, mengkonsumsi suatu budaya populer tentunya akan mempunyai dampak terhadap masyarakat, budaya-budaya yang ada dalam masyarakat adalah hasil dari budaya konsumen dalam mengkonsumsi sebuah budaya (Featherstone, 2008). Konsumsi terhadap budaya inilah yang melandasi terciptanya sebuah kebudayaan baru ataupun menjadi sebuah subkultur yang muncul dalam sebuah kebudayaan yang sudah ada di tempat itu.

Konsumerisme yang terjadi tidak hanya terbatas pada barang dan jasa, sekarang masyarakat luas bisa mengkonsumsi segala bentuk atau aspek kehidupan dari masyarakat lainnya dengan mudah, konsumerisme terhadap kebudayaan melahirkan subkultural yang baru dalam sebuah wilayah itu.

Subkultural secara mudah dapat diartikan sebagai cabang dari sebuah kebudayaan. Dalam hal ini kebudayaan itu dibawa oleh sebagian sekelompok orang sehingga menciptakan perbedaan dengan budaya asli mereka Jhon M.Echolas dan Hasan Shandily (dalam Bayuningsih, 2009). sehingga akan muncul orang-orang dengan cirikas yang berbeda dengan orang-orang lain yang berada di daerah tersebut, hal inilah yang melahirkan budaya *otaku* diberbagai negara di luar negara asalnya, karena kebudayaan itu sudah dikonsumsi oleh orang diseluruh dunia dan diterapkan dalam kehidupan masing-masing dengan penyesuaian berdasarkan kebudayaan yang berlaku.

Otaku secara harfiah berasal dari bahasa Jepang yang mempunyai makna sebagai, seseorang yang menekuni hobinya secara sungguh-sungguh. Istilah *Otaku* diluar Jepang lebih digunakan untuk menyebut seseorang yang mempunyai ketertarikan terhadap subkultural Jepang, terlebih kepada orang-orang yang menyukai *anime*, *manga*, *cosplay*, *action figure*, dan *game* Williams (dalam Fitriani, Melinawati & Purnowowulan, 2016). Dalam Hiroki Azuma (2009) menjelaskan jika *otaku* adalah bagian dari sebuah subkultural, kebudayaan yang mulai tumbuh akibat dari konsumsi seseorang terhadap *anime* dan *manga* yang berlebihan dan juga mereka berperan aktif dalam kegiatan tersebut seperti *cosplay*, pembuatan video music *anime*, *fans sub* (membuat subtilele dalam *anime*), dan berpartisipasi dalam acara-acara yang berhubungan dengan *anime* dan *manga*.

Konsumerisme terhadap subkultural Jepang menjadikan sebuah budaya yang baru, seperti munculnya *fans sub*, organisasi-organisasi dan *event-event* yang berkaitan dengan subkultural Jepang lainnya. Perkembangan *otaku* di Indonesia cukup banyak dan pesat, terlihat dari banyaknya industri televisi yang menayangkan *anime*, organisasi atau perkumpulan orang-

orang yang menyukai subkultural Jepang, banyaknya *event* yang digelar seperti *comicom*, J-Fest dan JFF dan juga banyaknya muncul para *cosplayer*. *Otaku* akan berperan aktif dalam kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan budaya Jepang, *otaku* tidak hanya akan berperan pasif namun *otaku* juga akan berperan aktif dalam berbagai hal dan juga akan bersifat konsumtif dengan membeli barang-barang yang berhubungan dengan kebudayaan Jepang terlebih lagi dengan hal-hal yang berbau *manga* dan *anime*.

Budaya konsumen tidak hanya menyangkut perilaku konsumen, tapi juga sebuah proses perubahan bentuk dan isi simbolik di dalamnya, perilaku konsumen bukan hanya sebatas pada perilaku pasif, namun merupakan konsumsi yang produktif, yang menjanjikan kehidupan pribadi yang indah dan memuaskan, menemukan kepribadian melalui perubahan diri dan gaya hidup (Featherstone, 2008). Secara perlahan budaya konsumen akan menciptakan tanda kepada konsumennya, *otaku* akan membuat sebuah ciri kusus yang bisa dikenali dari penampilan mereka

Gaya hidup seorang *otaku* akan mudah diidentifikasi dari bagaimana mereka terlihat, karena kebanyakan *otaku* akan memakai aksesoris-aksesoris yang berhubungan dengan *anime*, *manga* dan hal-hal yang berkaitan dengan itu. Dalam gaya hidup yang bertujuan untuk pengungkapan diri kepada orang lain dan juga bertujuan untuk menciptakan kepribadian tertentu, imitasi dari apa yang disukai adalah sesuatu yang lumrah. Gaya hidup bertujuan untuk menonjolkan ekspresi konsumen terhadap suatu hal untuk menunjukkan jati diri mereka dan juga untuk memahami perselisihan konflik antara budaya baru dan budaya tradisional yang dianut dalam wilayah itu. Della Porta dan Diani (dalam Wahlen & Laamanen, 2015). Gaya hidup seorang *otaku* sangatlah konsumtif, *otaku* rela mengeluarkan uang untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan *manga* dan *anime*, *otaku* akan mengoleksi barang-barang yang sangat banyak seperti, CD/DVD, kaos, *action figur*, *manga*, game dan barang lainnya yang mempunyai unsur *manga* dan *anime*.

Otaku sendiri pada umumnya adalah orang yang suka menyendiri dan mengurung diri di dalam kamar, hal ini sangat berbeda dengan kebudayaan Indonesia yang dikenal dengan sikap sosialisasinya yang tinggi. Seorang *otaku* juga lebih suka menghabiskan waktunya untuk membaca *manga* atau melihat *anime*, dari hal inilah yang mendorong *otaku* kurang berinteraksi dengan dunia luar dan memilih berinteraksi dengan tokoh-tokoh fiksi, dimuat dalam (Azuma, 2008).

Sebagai seorang *otaku* tentunya mempunyai karakter yang difavoritkan, karakter favorit ini bisa menjadi sebuah hal positif atau negatif. Sisi positif mempunyai karakter favorit adalah untuk memotivasi diri menjadi sosok yang lebih baik, menjadi seperti karakter yang

mereka favoritkan. Sisi negatif dari mempunyai karakter favorit ini adalah munculnya rasa suka yang berlebihan terhadap karakter tersebut, sehingga sosok karakter tersebut bukan hanya contoh dalam hidupnya, namun karakter favorit tersebut mempunyai tempat tersendiri dalam hidupnya dan dianggap sebagai sosok yang nyata.

Kesukaan terhadap karakter populer atau dengan sebuah idol akan membawa dampak bagi diri seseorang, dalam hal ini seorang *fans* akan melakukan berbagai cara untuk bisa mengikuti idola mereka. Hubungan *fans* dengan karakter fiksi ini bisa mencapai beberapa tahapan yang dilalui, dari hanya sekedar mencari informasi, mengumpulkan barang atau dalam tahapan ekstrim mereka akan benar-benar terobsesi dengan karakter fiksi, sehingga mereka akan menganggap karakter itu sebagai bagian hidup mereka (Tukachinsky, 2010)

Dijelaskan dan didefinisikan interaksi parasosial sebagai hubungan satu arah (*one-way relationship*) dimana *otaku* merasa memiliki sebuah hubungan dengan karakter *anime* favoritnya, tetapi hubungan yang mereka jalani bersifat satu arah, non-dialektif, dan tidak akan bisa berkembang. Interaksi parasosial lebih melihat bagaimana respon dari *otaku* terhadap karakter fiksi seakan akan karakter itu berada didalam kehidupan mereka. Figur yang mereka suka tidak hanya pada karakter fiksi namun bisa juga figur nyata (McCutcheon, 2002).

Didalam interaksi parasosial terdapat 3 aspek yang meliputi: (1) Aspek *Intense Personal Feeling*, *otaku* merasa adanya hubungan secara emosional terhadap karakter fiksi, dan juga perasaan intensif dan kompulsif tentang karakter fiksi sehingga menjadikan *otaku* turut merasakan apa yang dirasakan karakter fiksi tersebut, juga mendorong *otaku* mencari tahu dan mengikuti berbagai perkembangan informasi idolanya dikarenakan keinginannya sendiri. (2) Aspek *Entertainment Social*, *otaku* memperlihatkan ketertarikan pada karakter fiksi yang dianggap dapat menghiburnya. *Otaku* akan melihat apa yang dilakukan oleh karakter fiksi favoritnya sebagai hal yang menghibur baginya. *Otaku* biasanya akan lebih suka membicarakan karakter fiksi favoritnya kepada seseorang yang mempunyai ketertarikan yang sama. (3) Aspek *Borderline Pathological Behavior*, *otaku* akan menunjukkan perilaku yang tidak terkontrol dan menjadi irasional disertai dengan fantasi dan imajinasi tentang skenario yang melibatkan karakter fiksi tersebut. *Otaku* juga lebih rela dan nekat melakukan apapun bahkan melakukan hal-hal berbahaya demi karakter fiksi lainnya (McCutcheon, 2002).

Dalam diri *otaku* juga mempunyai perasaan ketertarikan dengan manusia normal di dunia nyata, bahkan *otaku* juga ada yang mempunyai pacar dan menjalani hidup normal, walaupun mereka juga mempunyai karakter fiksi yang disukai. Dengan hal ini di dalam diri *otaku* juga mempunyai berbagai macam pandangan terhadap apa yang mereka pikirkan dan dengan apa yang mereka rasakan, hasil dari dialog dengan diri sendiri menjadikan

pandangan tersendiri dengan hubungan mereka antara karakter fiksi dan manusia nyata Ruesch dan Bateson (dalam Liliweri, 2017).

Komunikasi intrapersonal, adalah sebuah komunikasi yang terjadi antara diri sendiri. Dengan mengirimkan informasi kepada diri sendiri dan informasi akan ditanggapi diri sendiri dan diolah menjadi sebuah pesan yang bertujuan untuk menambah informasi atau sebuah pemikiran terhadap diri mereka sendiri (Liliweri 2017). Dengan demikian *otaku* mempunyai sebuah sudut pandang atau pemikiran tersendiri tentang bagaimana mereka melihat hubungan mereka dengan karakter fiksi dan manusia nyata.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dini Cahyani dan Yulia Purnamasari (2019) melakukan penelitian tentang remaja dewasa awal dalam mengidolakan idol Korea. Hasil dari penelitian ini terdapat tiga hal, yang pertama adalah mengidolakan berdasarkan kemampuan idol tersebut seperti bakat, kualitas musik, tampilan dan kepribadian. Kedua kesukaan berdasarkan perasaan pribadi mereka, saat bertemu dengan idola mereka mereka akan melakukan segalanya yang terbaik. Ketiga mereka mengakui jika hubungan mereka hanyalah sebatas idol dan *fans* saja dan jika mereka memilih pasangan hidup mereka mencari yang mirip dengan idola mereka.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Srividya Ramasubramanian dan Sarah Kronfield (2012) di dalam penelitian ini, peneliti meneliti proses yang mendasari penggemar AS (Amerika Serikat) dalam menciptakan hubungan yang bermakna dengan karakter fiksi media Jepang. Secara spesifik, penelitian ini menguji model integrasi yang menghubungkan persepsi karakter, mengidentifikasi angan-angan dan hubungan parasosial para penggemar budaya Jepang. Hasil dari penelitian ini bahwa menyukai *heroine* (karakter utama perempuan dalam cerita) mengarah kepada harapan yang lebih besar dan hubungan parasosial yang lebih intens dengan *heroine*.

Seorang *otaku* mempunyai cara tersendiri dalam bagaimana mereka melihat dan menilai romantisme yang mereka inginkan terhadap manusia nyata dan karakter fiksi kesukaan mereka, dengan cara bagaimana mereka menginginkan berhubungan dan memaknai kehadiran orang lain dalam hidup mereka. Dengan adanya komunikasi intrapersonal mereka bisa mengolah informasi yang mereka dapatkan menjadi informasi yang bisa mereka gunakan untuk mendapatkan pandangan terhadap hubungan mereka, apa yang mereka rasakan dengan karakter fiksi dan apa yang mereka rasakan dengan manusia nyata sehingga tercipta sebuah pandangan hubungan yang dialami oleh seorang *otaku* yang mempunyai hubungan dengan karakter fiksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara *otaku* melihat hubungan

romantis dengan lawan jenis. Berdasarkan hal tersebut fokus penelitian ini adalah bagaimana hubungan romantis dalam kehidupan *otaku* ?

2. METODE

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif. Penelitian diskriptif kualitatif bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena dengan jelas dan mendalam, melalui data yang detail dengan pengumpulan data yang mendalam. penelitian dengan jenis ini tidak mengutamakan banyaknya populasi atau sampling, peneliti membatasi populasi atau sampling dengan sangat terbatas sesuai dengan apa yang diperlukan, hingga data yang dikumpulkan dalam dan detail (Kriyantono, 2010). Metode ini dirasa tepat oleh peneliti digunakan dalam penelitian ini, karena penelitian ini bertujuan menjelaskan fenomena *otaku* dengan menggunakan narasumber yang terbatas namun dengan hasil yang jelas dan mendalam.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa di Surakarta, dengan rentan umur antara 18-25 tahun dalam umur ini seseorang memasuki dewasa awal, memasuki masa dewasa awal adalah masa eksplorasi dan ketidak setabilan cinta, namun masa dewasa awal juga adalah awal dimana seseorang mulai menunjukkan keseriusan tentang ikatan cinta dengan seseorang (Rauer et al., 2013). Teknik pengumpulan sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu adalah metode penetapan unuk sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai kebutuhan penlitian (Juliandi, A., & Manurung, S, 2014). Kriteria dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seseorang yang menyukai kebudayaan Jepang atau biasa disebut *otaku*.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara, yaitu cara yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mencari data langsung kepada informan agar data yang terkumpul lebih mendalam dan jelas, dalam penelitian kualitatif wawancara menjadi metode yang penting karena peneliti bisa mengambil data secara langsung dengan objek penelitiannya dan juga data yang diperoleh bisa menjadi sangat jelas dan mendalam (Rachmawati, 2007). Peneliti menggunakan metode wawancara ini karena peneliti ingin mendapatkan informasi langsung dari narasumbernya, tujuan lain menggunakan metode ini dikarenakan dengan metode ini peneliti bisa mendapatkan banyak informasi dan juga mendapacka informasi yang jelas dan juga informasi yang mendalam tentan penelitian yang dilakukannya.

Validasi data yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumebr, menurut Cresswell (dalam Habsy, 2017) validasi datai ini adalah cara untuk menghadirkan tema dari sumber atau sudut pandang dari partisipan untuk lebih memperkuat fakta dan memperkuat

validasi riset. Namun semua data yang terkumpul bukannya semuanya fakta maka dari hal ini perlu adanya penyeleksian untuk meminimalisir kesalahan yang ada dan menjadikan data lebih masuk akal. Triangulasi ini diterapkan dalam penelitian untuk mengurangi kemungkinan bias data yang akan terjadi.

Analisis data model interaktif kerap dikaitkan dengan konsep milik Miles dan Hobberman (dalam Ibrahim, 2015) yang mempunyai tiga komponen, pertama reduksi data adalah hasil telaah data yang sudah dikumpulkan. Kedua penyajian data adalah bagaimana kita menunjukkan dan menampilkan data yang telah direduksi. Ketiga verifikasi data dan penarikan kesimpulan, dalam tahap ini kita memastikan kebenaran dari data yang telah didapat lalu menarik sebuah kesimpulan dari data tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Interaksi Parasosial *Otaku*

Rasa suka dan mencintai yang terjadi pada manusia bisa terjadi terhadap apa saja, hal ini juga bisa berlaku terhadap idola mereka entah itu manusia atau hanya karakter fiksi yang sering mereka lihat. Perasaan cinta yang berlebih terhadap idola mereka menjadikan sebuah hubungan yang spesial antara mereka dengan idolanya, walaupun hal ini hanya terjadi satu arah tanpa ada balasan dari pihak yang idola mereka.

Dijelaskan dan didefinisikan interaksi parasosial sebagai hubungan satu arah (*one-way relationship*) dimana *otaku* merasa memiliki sebuah hubungan dengan karakter *anime* favoritnya, tetapi hubungan yang mereka jalani bersifat satu arah hanya dari *otaku* kepada karakter fiksi, non-dialektif, dan tidak akan bisa berkembang. Interaksi parasosial lebih melihat bagaimana respon dari *otaku* terhadap karakter fiksi seakan akan karakter itu berada didalam kehidupan mereka. Figur yang mereka suka tidahnya pada karakter fiksi namun bisa juga figur nyata (McCutcheon, 2002).

Didalam interaksi parasosial terdapat 3 aspek yang meliputi: (1) Aspek *Intense Personal Feeling* (2) Aspek *Entertainment Social* (3) Aspek *Borderline Pathological Behavior* (McCutcheon, 2002).

3.1.1 Aspek Entertainment Social

Otaku memperlihatkan ketertarikan kepada karakter fiksi yang menurutnya akan menarik untuk diikuti, dengan melihat visual dan melihat kepribadian seperti apa yang digambarkan oleh karakter fiksi tersebut. Dengan sengaja atau tidak sengaja *otaku* akan melihat satu karakter fiksi, *otaku* akan memberikan rasa ketertarikan dan akan mengikuti perkembangan dari

karakter fiksi tersebut kemudian *otaku* biasanya akan lebih suka membicarakan karakter fiksi favoritnya kepada seseorang yang mempunyai ketertarikan yang sama (McCutcheon, 2002).

Menjadi sebuah langkah awal bagi *otaku* untuk lebih mengenal karakter fiksi tersebut, dengan mengikuti dan membicarakannya terhadap seseorang yang mempunyai ketertarikan yang sama *otaku* akan mendapatkan lebih banyak informasi tentang karakter fiksi tersebut. Menjadi seorang *otaku* juga pastinya akan mengikuti setiap informasi yang muncul, mereka selalu mengikuti informasi-informasi yang mendetail tentang karakter fiksi kesukaannya, sehingga mereka akan terus memantau kapan *manga* atau *anime* dari karakter fiksi kesukaannya itu muncul. Kemunculan *season* dan *chapter* terbaru dari *manga* atau *anime* adalah hal yang paling ditunggu oleh *otaku*, karena dengan muncul *season* atau *chapter* terbaru maka mereka dapat melihat dan dapat mengetahui lebih jauh tentang karakter fiksi kesukaan mereka.

Yang menjadikan kunci dari hubungan antara karakter fiksi dan *otaku* adalah awal mula mereka bertemu (melihat) karakter fiksi tersebut, rasa ketertarikan itu akan menjadikan karakter fiksi itu sebagai karakter faforitnya dan dari hal itulah yang membuat *otaku* mulai mengikuti karakter fiksi tersebut. Hal ini juga dungkapkan oleh informan kedua, seperti berikut:

“sayakan tiap musim *anime* ganti pasti juga ngikutin mas, pas liat *animenya* Saikano ini keluar saya langsung lihat, nah itu pertama saya liat Megumi Kato. Pas awalnya biasa tapi pas udah tau Megumi kaya apa jadi suka mas.”



Gambar 1. Megumi Katou (Saikano)

Tidak berbeda jauh informan ke empat juga menyampaikan hal yang senada, sebagai berikut:

“suaknaya ya pas udah lihat *animenya* toh, kan tahunya kalok udah nonton *animenya*, entar juga bisa tahu suka apa enggaknya sama karakter tertentu.”

Dalam hal ini informer menunjukkan hal yang sama, untuk menyukai sesuatu hal mereka perlu untuk melihatnya terlebih dahulu dengan begitu *otaku* menilai apakah karakter tersebut sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan bisa membuat mereka menyukainya.

Pengaruh karakter fiksi ini bisa mempengaruhi bagaimana cara *otaku* untuk memandang bagaimana mereka akan mencari dan menilai pasangan mereka, cinta perasaan yang muncul dalam diri seseorang saat kognisi keyakinan seseorang setelah melalui proses berpikir tentang seseorang dan rasa emosi seseorang atas keinginan yang kuat untuk masuk kedalam hidup seseorang atau memasukkan hidup seseorang dalam kehidupan sendiri dan rasa ingin mempertahankan sebuah hubungan dekat dengan orang lain (Sternberg, R. J., & Sternberg, K. 2018)

Perasaan cinta muncul terhadap seseorang saat kognisi keyakinan seseorang setelah melalui proses berpikir tentang seseorang dan rasa emosi seseorang atas keinginan yang kuat untuk masuk kedalam hidup seseorang atau memasukkan hidup seseorang dalam kehidupan sendiri dan rasa ingin mempertahankan sebuah hubungan dekat dengan orang lain (Sternberg, R. J., & Sternberg, K. 2018). Perasaan emosional ingin dekat dengan seseorang tentunya dialami oleh siapa saja, bahkan *otaku* juga mempunyai ketertarikan dengan manusia normal walaupun mereka juga menyukai karakter fiksi.

Keinginan *otaku* untuk memilih pasangan manusia nyata bisa saja terpengaruh oleh karakter fiksi yang mereka idolakan, ketertarikan itu bisa berupa apa saja entah itu fisik atau sifat dari karakter tersebut dan hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh informan kesatu, sebagai berikut:

“Ya yang pertama bisa dapat ilmu baru, yang kedua dia mengajarkan kesabaran kepada saya, seperti Raphatalia yang mengajarkan kesabaran kepada karakter utama di *anime Tate No Yusha*.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan keempat, dia juga mengatakan jika dia menginginkan gadis yang mirip dengan Inori (karakter fiksi) dan juga cantik. Ditambah dengan informan ketiga yang menganggap jika mencari pasangan seperti karakter fiksi idolanya adalah hal yang mustahil, seperti berikut:

“Dikehidupan nyata yang seideal dia (karakter fiksi) mas, tapi ya mas pastinya ada keinginan mencari yang mirip dan seideal dia (karakter fiksi).”

Ketiga informer sama-sama mengungkapkan hal yang serupa, pasangan yang mereka inginkan adalah pasangan yang mempunyai kemiripan dengan karakter fiksi kesukaan idola mereka. Dalam hal ini kesukaan mereka kepada karakter fiksi mempengaruhi mereka dalam mencari pasangan nyata mereka.

3.1.2 Aspek Intense Personal Feeling

Merasakan adanya hubungan secara emosional terhadap karakter fiksi, juga perasaan intensif dan kompulsif tentang karakter fiksi menjadikan *otaku* turut merasakan apa yang dirasakan karakter fiksi tersebut, juga mendorong *otaku* untuk mencari dan mengikuti informasi tentang idolanya (McCutcheon, 2002). Hubungan yang tercipta antara *otaku* dengan karakter fiksi sampai dengan mereka sangat menyukai karakter fiksi tersebut bukanlah hal yang langsung terjadi, tentu ada langkah dimana awal mula dan sampai mereka benar-benar tertarik dengan karakter fiksi itu, sampai tiba titik dimana mereka akan mencari sesuatu hal yang berhubungan dengan karakter fiksi itu.

Hubungan yang tercipta antara *otaku* dan karakter fiksi idolanya dimulai dari saat mereka membaca *manga* atau melihat *anime*, dalam *manga* dan *anime* tentu dihadirkan banyak karakter yang berbeda-beda, dari banyak karakter ini *otaku* mulai tertarik dengan salah satu karakter dalam *manga* atau *anime* tersebut yang menurut mereka ideal untuk dijadikan pasangan. Karena pada dasarnya manusia mempunyai kemampuan untuk memahami individu, dengan begitu dapat memungkinkan seseorang tertarik dengan orang lain, bahkan hal seperti ini dapat terjadi saat kita belum berbicara dengan orang tersebut (Grant-Jacob, 2016).

Rasa tertarik dengan karakter fiksi sangatlah berpengaruh terhadap *otaku*, bahkan untuk melihat *anime* atau membaca *manga otaku* bisa berawal dari gambar karakter disampul atau sebuah iklan, ditambah dengan setelah memahami karakter fiksi itu dalam alur cerita *manga* atau *anime* mereka bisa menjadi sangat suka dengan karakter tersebut, informan dalam penelitian ini juga menyukai karakter fiksi dari *manga* dan *anime* yang mereka lihat. Seperti yang diungkapkan informan kesatu berikut:

“Karakter yang ideal ada, dalam *anime Tate No Yusha* nama karakternya itu Raphatalia, dia itu teman salah satu pahlawan.”



Gambar 2. Raphatalia (Tate No Yuusha)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh informan kedua, seperti berikut :

“Ada yaitu Megumi Kato dari Saikano, saya suka dia udah sejak *season* satu *animenya*.”

Dari pernyataan informan diatas dapat dilihat, mereka menyukai karakter fiksi dari *anime* yang mereka lihat. Tentu saja *otaku* tidak hanya membaca dan melihat satu *manga* dan *anime*, seorang *otaku* tentu sudah banyak membaca dan melihat *anime* dan *manga*, sehingga seorang *otaku* sudah mengenal dan memahami banyak karakter *manga* dan *anime* yang mereka pernah lihat.

Karakter yang *otaku* anggap idola adalah karakter yang mempunyai sifat yang mereka sukai. Seseorang akan kagum atau tertarik saat mereka menganggap orang lain mempunyai kesamaan dengan mereka, atau orang itu mempunyai daya tarik yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan (Grant-Jacob, 2016). Dengan melihat dan memahami sifat karakter fiksi yang mereka sukai maka *otaku* akan menjadi lebih tertarik dengan karakter fiksi tersebut sehingga hal inilah yang membuat *otaku* mensepesialkan satu karakter tertentu. Seperti ungkapan dari informan kedua berikut ini :

“Kenapa ya, jadi dia itu pas gitu, orangnya perhatian enggak posesif, tapi kalok pasanganya dekat dengan orang lain dia bakal bereaksi, semuanya seimbang dia juga bisa mensupport pasanganya diwaktu yang tepat.”

Hal serupa juga disampaikan informan ketiga, dia menyukai karakter fiksi dengan sifat sesuai seleranya:

“Dia itu seorang penulis, orangnya pintar, *image* dirinya itu tenang, pendiriannya juga kuat, itu kalau jadi orang beneran bakal bisa membimbing gitu lo.”

Otaku menyukai karakter fiksi berdasarkan apa yang mereka sukai, penampilan fisik ataupun sifat-sifat dari karakter tersebut. Dengan begini *otaku* akan lebih bisa merasakan ikatan yang lebih dalam dengan karakter fiksi tersebut, karena mereka menyukai karakter fiksi itu berdasarkan pilihan mereka sendiri berdasarkan apa yang mereka lihat dan rasakan sendiri.

Otaku mempunyai rasa ikatan emosional terhadap karakter fiksi kesukaan mereka, juga rasa intensif dan kompulasif. Baumeister dan Leary (dalam Asriana, 2007) menyatakan seseorang membutuhkan interaksi yang intens secara terus menerus dan menyenangkan untuk bisa lebih dekat dengan seseorang yang mereka sukai. *Otaku* akan mengikuti perkembangan karakter fiksi yang disukainya, mereka akan mencari informasi lebih terhadap karakter fiksi kesukaannya untuk menambah wawasan dan pengetahuan mereka terhadap karakter fiksi itu, tidak hanya dari *anime* dan *manga* namun mereka akan mencari informasi dari berbagai sumber agar mereka merasa bisa lebih dekat dengan karakter fiksi kesukaannya.

Karena mengikuti perkembangan dari karakter yang mereka sukai, *otaku* akan merasakan kedekatan secara emosional, perasaan-perasaan yang dialami oleh karakter dalam

manga atau *anime* akan bisa dirasakan oleh *otaku*. Bartsch.A (2012) *otaku* dalam melihat *anime* atau membaca *manga* akan mengadopsi sudut pandang dari karakter-karakter didalam *anime* atau *manga* tersebut, *otaku* akan ikut mengalami emosi dari prespektif karakter tersebut. Dengan perasaan yang lebih dekat terhadap karakter yang disukainya *otaku* akan lebih peka terhadap apa yang dirasakan oleh karakter tersebut, menjadikan *otaku* akan peka terhadap perasaan-perasaan yang dialami oleh karakter kesukaannya.

Kedekatan dan kebersamaan adalah kunci dari bagaimana mereka bisa mengerti dan merasakan apa yang dirasakan oleh karakter kesukaannya, rasa sedih, marah atau cemburu bisa *otaku* rasakan saat karakter kesukaan mereka berada dalam posisi-posisi tertentu. Seperti hal yang diungkapkan oleh informan kedua, seperti berikut:

“Saya agak gak suka mas pas karakter cowoknya dekat-dekat ama Megumi (karakter fiksi), kaya ada rasa cemburu gitu, tapi ya cerita *animenya* gitu mau gimana lagi.”

Ikatan rasa emosional juga dirasakan oleh informan ketiga, seperti berikut:

“Saya ikut senang mas kalok Simihoka (karakter fiksi) senang, tapi pas bagian sedih saya juga ikut sedih,gak tau kenapa gitu ya.”

Ungkapan informan kedua, dia merasakan rasa cemburu terhadap karakter cowok dalam *anime* tersebut, sedangkan informan ketiga juga merasakan apa yang sedang dialami oleh karakter kesukaannya. Perasaan yang muncul terjadi karena *otaku* merasa dekat dengan karakter tersebut, *otaku* melihat dan memaknai apa yang sedang terjadi terhadap karakter tersebut, sehingga rasa yang sama muncul dalam diri *otaku*.

Perasaan yang kuat terhadap satu karakter tidak menghentikan *otaku* hanya terpaku pada informasi dalam *manga* atau *anime*, tetapi mereka mencari informasi-informasi tentang karakter kesukaan mereka melalui hal lain seperti situs web *official anime* yang memuat informasi tentang karakter tersebut atau berdasarkan situs-situs *fans* yang membahas tentang *anime* dan *manga*, dengan melakukan hal ini mereka akan merasa lebih dekat dengan karakter fiksi yang mereka sukai.

Kedekatan dengan karakter fiksi tidak hanya terbatas dari sebanyak apa mereka mencari informasi lebih karakter fiksi tersebut, namun membeli barang yang berhubungan dengan karakter kesukaan mereka. Dengan adanya barang-barang yang berhubungan dengan karakter kesukaannya dan terlebih *otaku* yang mempunyai anggapan jika karakter yang disukainya sangat Moe (imut) *otaku* akan cenderung membeli barang terkait secara berlebihan (Azuma, 2001) Membeli produk berupa stiker, dakimakura (guling bergambar karakter *anime*), *action figur*, poster atau apapun yang berhubungan dengan karakter kesukaannya, akan membuat *otaku* lebih merasa dekat dan juga merasa mereka telah membantu karakter tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh informan kedua, seperti berikut:

“saya juga mengoleksi *action figur* dari Megumi Katou, gak banyak sih mas cuma ada beberapa aja.”

Hal senada juga diungkapkan oleh informan ketiga:

“kalok ada di *event* jepangan saya biasanya cari poster sama *action figurnya* mas, kan lumayan kalok dapat harga miring.”

Mengoleksi barang yang bertemakan karakter kesukaan mereka adalah bentuk apresiasi dari apa yang mereka rasakan, kesenangan dan rasa kedekatan yang menjadikan *otaku* melakukan hal tersebut.

Keempat informan menunjukkan bagaimana Personal *feeling* mereka berjalan, dari tahap mereka memulai mengenal karakter fiksi sampai bagaimana konsumsi mereka terhadap barang yang berhubungan dengan karakter kesukaan mereka. Keempat informan menunjukkan kesamaan atas hal ini, menunjukkan ciri dan tanda yang sama atas aspek personal *feeling* mereka.

Bagaimana *otaku* mempunyai tahapan dalam membangun hubungan dengan karakter fiksi, dengan begitu *otaku* merasakan ikatan antara dirinya dengan karakter fiksi tersebut. Dalam hal ini rasa yang kuat akan bisa mempengaruhi bagaimana *otaku* dalam memahami keinginannya dalam mendekati manusia nyata, perasaan yang kuat terhadap karakter fiksi bisa saja terbawa kedalamnya.

Seorang pasangan selalu ingin dekat satu dengan yang satunya secara fisik, keberadaan orang yang dicintainya disisinya menjadikan mereka merasa bahagia, merasakan sentuhan dan tatapan secara langsung membuat ketenangan akan dalam hati mereka (Sternberg, 2004). Sebagai manusia yang normal tentunya saat memiliki pasangan mereka akan berfikir akan selalu dan berusaha dekat dengannya.

Menghabiskan banyak waktu dengan pasangannya adalah bagian dari cara orang berpacaran untuk memenuhi hasrat mereka, menghabiskan banyak waktu dengan pasangan dengan tujuan pengembangan diri dan pengembangan hubungan kebersamaan mereka dalam rasa senang atau susah dalam kehidupan mereka akan mengembangkan hubungan mereka menjadi hubungan yang lebih dekat dan kuat (Sternberg, R. J., & Sternberg, K. 2018). Saat seseorang berpacaran sangaatlaj wajar mempunyai rasa ingin selalu dekat, menghabiskan waktu bersama untuk memenuhi hasrat ingin bersama dan untuk memperkuat hubungan mereka, sekedar jalan-jalan atau menonton bioskop adalah kesempatan mereka untuk bisa menjadi lebih dekat satu dengan yang lainnya.

Dengan sering melihat *anime* dan *manga* tentu *otaku* juga melihat lingkungan dan juga bagaimana kehidupan karakter fiksi mereka berada dalam lingkungan hidupnya. Mempunyai

imajinasi seperti apa yang dialami karakter kesukaanya bisa saja terjadi kepada *otaku*, menginginkan kejadian yang sama, situasi dan lokasi yang sama dengan apa yang dialami karakter fiksi mereka. Namun hal tersebut tidak dilakukan oleh informan pertama, sebagai berikut:

“Untuk menghabiskan waktu yang pertama biasanya pergi ke mall atau kadang Cuma cerita-cerita bisnis, kadang juga pergi main buat refresing, juga mencari inspirasi untuk memecahkan masalah kehidupan.”

Seperti yang diungkapkan oleh informer pertama jika hal yang ingin dilakukan adalah hal yang masih dilakukan oleh kebanyakan orang pada umumnya, hal serupa juga disampaikan oleh informan keempat, dia juga menyampaikan hal serupa seperti informan pertama. Menghabiskan waktu seperti pasangan normal pada umumnya dan tidak memilih menghabiskan waktu seperti apa yang ada dalam *manga* dan *anime* yang telah mereka tonton.

Banyak menghabiskan waktu bersama pasangan sangatlah penting bagi hubungan seseorang, hasrat cinta yang tinggi akan berpengaruh secara timbal balik dengan kedekatan interaksi mereka satu dengan yang lainnya, banyaknya interaksi adalah bentuk dari keinginan seseorang untuk memenuhi gairah mereka akan rasa ingin selalu dekat dengan pasangannya (Sternberg, 2004). Dengan harapan bisa menghabiskan waktu bersama bisa meningkatkan kualitas hubungan, dengan membedakan hayalan dan kenyataan akan mempermudah hubungan mereka dengan manusia nyata.

3.1.3 Pathological Behavior

Aspek Borderline Pathological Behavior, *otaku* akan menunjukkan perilaku yang tidak terkontrol dan menjadi irasional disertai dengan fantasi dan imajinasi tentang skenario yang melibatkan karakter fiksi tersebut. *Otaku* juga lebih rela dan nekat melakukan apapun bahkan melakukan hal-hal berbahaya demi karakter fiksi lainnya (McCutcheon, 2002). Dalam mencari kesenangan dengan karakter fiksi kesukaan mereka, *otaku* akan memunculkan fantasi-fantasi bersama dengan karakter kesukaan mereka.

Imajinasi tentang karakter idolanya adalah hal lumrah dilakukan oleh *fans*, imajinas yang menunjukkan betapa dalam mereka menyukai idola tersebut. *Otaku* seolah-olah menghilangkan batasan antara kenyataan dan fiksi, mereka membuat seolah-olah karakter yang mereka sukai adalah karakter yang nyata yang memang benar-benar ada di dunia ini (Ramrathen, 2016). Melakukan fantasi dan berimajinasi dengan karakter kesukaan mereka adalah bentuk hasil dari rasa suka mereka terhadap karakter fiksi itu, ketertarikan mereka terhadap karakter kesukaannya membuat mereka menghilangkan dan membuang batasan

antara dunia nyata dan dunia fantasi, sehingga terkadang mereka akan merasa sulit untuk melupakan atau membuang karakter kesukaan mereka dari dalam kehidupan mereka.

Otaku berimajinasi melakukan berbagai macam hal dengan karakter fiksi kesukaan mereka, *otaku* berandai-andai jika karakter fiksi kesukaan mereka benar-benar ada dalam dunia nyata, mereka membayangkan hal apa saja yang bisa dilakukannya berdua seakan mereka benar-benar manusia nyata. *Otaku* benar-benar bisa menganggap jika karakter fiksi itu nyata dan mereka memang benar-benar ada dalam dunia nyata, seperti yang dikatakan oleh informan ketiga, seperti berikut :

“Kalau berhayal dan berandai-andai sudah jelas pernah, tapi kalo punya pasangan seperti dia itu saya pesimis, gimana ya mas Semihoka itu ideal banget, kalau cari yang seperti itu gak ada di dunia nyata.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh informan kedua, seperti berikut:

“Dulu saya sering melakukannya, tapi sekarang agak sulit ya, karena sudah banyak *anime* yang saya tonton, tapi kalok dulu sering bermimpi tentang dia.”

Ungkapan dari informan ketiga dan kedua menunjukkan jika mereka memang pernah berandai-andai dan berimajinasi tentang karakter fiksi kesukaan mereka, namun dapat dilihat informan ketiga bahkan merasa pesimis terhadap seseorang yang nyata dan menganggap karakter fiksi kesukaannya lebih ideal, sedangkan ungkapan informan kedua menunjukkan jika dia merasa kesulitan mengimajinasikan karakter fiksi kesukaannya karena sudah terlalu banyak *anime* dan *manga* yang telah dia tonton dan baca, sehingga terlalu banyak karakter yang dia tonton dan diingat.

Melakukan imajinasi tentang karakter fiksi kesukaannya menjadikan *otaku* merasa senang, mereka berimajinasi dengan karakter kesukaannya adalah bagian dari kesenangan mereka terhadap rasa suka yang dalam terhadap karakter fiksi tersebut. Perasaan senang ketika berimajinasi adalah bentuk dari perasaan mereka atas kesungguhan kesukaan mereka terhadap karakter fiksi tersebut, *otaku* akan merasa senang jika mereka dapat selalu berdekatan dengan karakter tersebut.

Seperti ungkapan dari informan kedua tentang bagaimana perasaannya saat berimajinasi, sebagai berikut:

“Ya gimana ya, kalok senang pasti senang apalagi kalok bisa jadi kenyataan.”

Dan juga ungkapan dari informan ketiga, seperti berikut:

“Tentu senang, soalnya hanya dengan berandai-andai itu saya bisa bertemu.”

Otaku berimajinasi dengan senang, bahkan mereka berharap jika karakter fiksi itu menjadi nyata, mereka juga senang melakukan imajinasi karena mereka hanya bisa bertemu

karakter fiksi dalam dunia imajinasi mereka saja, imajinasi adalah satu cara agar bagaimana mereka dapat bertemu dan berinteraksi dengan karakter fiksi yang mereka sukai.

Imajinasi ataupun harapan juga dialami oleh *otaku* terhadap kehidupan nyatanya, berharap mempunyai hubungan yang langeng sampai ketahap menikah ataupun hanya sekedar berpacaran. Hubungan yang mereka jalani mempunyai tujuan yang lebih, ada dua hal dalam komitmen ini jangka pendek dan jangka panjang. Jangka pendek adalah dimana mereka berkomitmen untuk saling mencintai dan jangka panjang adalah dimana mereka berkomitmen untuk mempertahankan hubungan cinta mereka (Sternberg, 2004).

Saat membangun hubungan seseorang akan membayangkan atau mengimajinasikan bagaimana kedepannya nanti, entah bagaimana hubungan mereka kan terjadi berjalan normal sesuai rencana mereka atau tidak, kesiapan dalam menjalin hubungan ini juga harus dipertimbangkan apakah mereka sudah siap atau belum dan hal ini juga dialami oleh *otaku* mereka juga mempertimbangkan bagaimana jika mereka mempunyai hubungan antara manusia nyata, seperti ungkapan informan pertama, sebagai berikut:

“Untuk hubungan yang lebih serius tentunya sudah ada bayangannya, tapi belum siap saat ini untuk hubungan ke jenjang berikutnya”

Dalam hal ini informan pertama sudah mempunyai rencana bagaimana hubungan dengan pasangannya nantinya, namun hal yang berbeda diungkapkan oleh informan keempat yang tidak ada rencana atau bayangan untuk hubungannya dengan manusia nyata.

Banyak orang yang mencintai orang lain tanpa harus mengakui apakah mereka mencintainya atau tidak, hal ini lah yang sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan tentang hubungan mereka (Sternberg, 2004), memilih hubungan yang lebih serius bukanlah hal yang mudah, banyak hal yang perlu dipertimbangkan oleh *otaku*. mempertimbangkan banyak hal sampai ke reaksi pasangan mereka apakah akan menerima atau menolak mereka sebagai *otaku*.

4 PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Bagaimana hubungan romantis *otaku* yang mereka harapkan, mempunyai karakter fiksi yang diidolakan bisa mempengaruhi bagaimana mereka menanggapi atau menginginkan hubungan mereka dengan orang lain berjalan. *Otaku* lebih mempunyai kecenderungan untuk memilih atau mencari pasangan yang mempunyai kemiripan dengan karakter fiksi idola mereka, mencari pasangan yang mempunyai sifat atau kencatikan yang sebanding dengan karakter fiksi tersebut, bahkan mereka merasa karakter fiksi itu terlalu ideal untuk disandingkan dengan

manusia nyata, namun mereka masih mengharapkan jika pasangannya bisa semirip mungkin dengan karakter fiksi idola mereka.

Untuk menjalani kehidupan kedepannya ada *otaku* yang juga merencanakan hubungan normal, namun ada juga yang mempunyai ketakutan jika pasangannya tidak akan menerima mereka sebagai *otaku*, sehingga mereka tidak mempunyai pandangan kedepannya untuk hubungan seperti apa yang mereka harapkan atau mereka inginkan kedepannya.

4.2 Saran

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah, penelitian dapat dilakukan kepada hubungan lebih lanjut kepada *otaku* yang sudah menikah, melihat hubungan romatis pasangan *otaku* dalam sebuah ikatan pernikahan, penelitian dilakukan untuk melihat bagaimana hubungan romatisme dalam keluarga *otaku*

DAFTARPUSTAKA

- Azuma, H. (2009). *Otaku: Japan's database animals*. U of Minnesota Press.
- Bungin, Burhan. (2015), *Metodologi Penelitian Kualitatif*: Depok, Rajagrafindo Pustaka.
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019, March). Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling. In *4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2018)* (pp. 167-170). Atlantis Press.
- Featherstone, M. (2008). Posmodernisme dan Budaya Konsumen (Consumer Culture and Posmodern). *Terjemahan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fitriani, I., Meilinawati, L., & Purnomowulan, N. R. (2016). Otaku Subculture Character in Japanese Poetry Anthology Otaku Senryu. *Jurnal Humaniora*, 28(2), 176-184.
- Grant-Jacob, J. A. (2016). Love at First Sight. *Journal of Personality and Social Psychology*, 7. <https://doi.org/doi: 10.3389/fpsyg.2016.01113>
- Grossmark, R. (2020). It's All Too Much: Excess, Enactment and Ending In Danielle Knafo's "The Sexual Illusionist". *Psychoanalytic Perspectives*, 17(1), 41-52.
- Hashimoto, M. (2007). Visual Kei *Otaku* Identity — An Intercultural Analysis, 87–99.
- Habsy, B. A. (2017). Seni memahami penelitian kualitatif dalam bimbingan dan konseling: studi literatur. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2), 90-100.
- Ibrahim (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Isacchi Sadarika Putri, (2015), "Otaku, Riwayatmu Kini" <https://www.kompasiana.com/isacchi/552aeda06ea834c542552d30/otaku-riwayatmu-kini> (di akses 8 Mei 2019)
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.

- Lestari, M. P. (2019). HUBUNGAN ROMANTIS DI MEDIA SOSIAL (Resepsi Pengguna terhadap Keterbukaan Hubungan Romantis yang Diunggah Selebgram di Instagram). *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 11(1), 28-44.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media.
- McCutcheon, L. E. (2002). Are parasocial relationship styles reflected in love styles? *Current Research in Social Psychology*, 7(6).
- McCutcheon, L. (2002). Conceptualization and Measurement of Parasocial and Celebrity Worship. *British Journal of Psychology* vol 93, hal. 67-87
- Nabilla, S. T., & Prakoso, H. (2019). Pengaruh Loneliness terhadap Parasocial Relationship pada Fansclub Wannable di Bandung.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Ramrathen, T. (2016). *Rise of the Otaku: Investigating the Anime Fandom in South Africa*. 208506528. <https://www.semanticscholar.org/paper/Rise-of-the-Otaku-%3A-investigating-the-anime-fandom-Ramrathen/af864d7caace1daf6d3159dfd7a27f9f157eaaa8>
- Rauer, A. J., Pettit, G. S., Lansford, J. E., Bates, J. E., & Dodge, K. A. (2013). Romantic relationship patterns in young adulthood and their developmental antecedents. *Developmental Psychology*, 49(11), 2159–2171. <https://doi.org/10.1037/a0031845>
- Sternberg, R. J. (2004). A triangular theory of love. In *Close Relationships: Key Readings* (Vol. 93, Issue 2, pp. 258–276). <https://doi.org/10.4324/9780203311851>
- Tukachinsky, R. (2010). Para-romantic love and para-friendships: Development and assessment of a multiple-parasocial relationships scale.
- Wahlen, S., & Laamanen, M. (2015). Consumption, lifestyle and social movements. *International Journal of Consumer Studies*, 39(5), 397–403. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12237>